

# **PLAN DE COMUNICACIÓN**

**Unidad de Prevención y Promoción de  
la Salud en IOMA La Plata**



**Tesis de Grado**

**Universidad Nacional de La Plata**

**Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

**José María Goretta**

**Carolina García Fiorato**

# **PLAN DE COMUNICACIÓN**



# INDICE

Página

## PLAN DE COMUNICACIÓN

INFORME EJECUTIVO.....	6
OBJETIVOS.....	20
BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS.....	21
DESCRIPCIÓN DEL PLAN.....	22
PRIORIDAD DE LAS ACCIONES A REALIZAR.....	46
CALENDARIZACIÓN.....	48

## INFORME EJECUTIVO

Este documento, es la síntesis de la investigación llevada adelante en la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD dependiente del IOMA durante los años 2011-2012. El mismo resume brevemente el diagnóstico comunicacional.

Tiene como finalidad ser entregado a la UPPS (Coordinadora y miembros) como primer documento, previo al Plan de Comunicación. La entrega será desarrollada junto al apoyo de un power point elaborado a tal fin (página 13).

En el Informe Ejecutivo se desarrolla una breve introducción sobre el trabajo realizado en la etapa diagnóstica y posteriormente un resumen de los aspectos positivos y aquellos a mejorar que arrojó dicha investigación. Allí se enuncian las conclusiones más importantes del diagnóstico comunicacional, aunque se aclara que queda a disposición el documento completo. Posteriormente se reflejaron las líneas de acción que consideramos más urgentes para trabajar en el Área (Plan de Comunicación).

Con respecto a la forma de redacción del informe, posee un lenguaje claro y concreto con el objetivo de que los términos o conceptos no generen dudas.

Con respecto a la elaboración del power point, el mismo servirá de complemento del Informe Ejecutivo, donde desarrollamos una breve explicación de lo que nos propusimos al llegar a la Unidad, cuáles fueron los métodos de investigación que utilizamos, los resultados que arrojó el diagnóstico comunicacional (aspectos positivos y los a mejorar) y finalmente nuestra propuesta de trabajo con actividades a desarrollar para cada línea de acción.

## **UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD 1**

### **Informe Ejecutivo**

Nuestro trabajo tuvo el objetivo de conocer y analizar la cultura organizacional de la Unidad para poder detectar posibles espacios de intervención desde la comunicación. Para ello, se analizaron los flujos de comunicación interna, teniendo en cuenta las percepciones de los miembros de la Unidad y de los empleados del IOMA Central, de la Región La Plata y sus correspondientes Delegaciones. Asimismo, se caracterizó la relación entre el empleado de la Unidad y el empleado de Central, como así también sus compañeros de las Delegaciones de la Ciudad de La Plata. Finalmente se analizó la página web, y la folletería como productos comunicativos que genera la Unidad.

De esta forma, y una vez relevada la información, se desarrolló un plan de acción estratégico tendiente a actuar sobre las necesidades y deseos en materia de comunicación de todas aquellas personas que forman parte de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD.

En el presente informe se enuncian las conclusiones más importantes que arrojó la investigación, aunque es preciso aclarar que queda a disposición de la Unidad el documento completo, donde se desarrollan en profundidad cada una de ellas, como así también la descripción de las herramientas metodológicas utilizadas.

Les agradecemos habernos abierto las puertas de su Institución para realizar nuestra práctica preprofesional y esperamos que nuestro trabajo les sea de utilidad.

José María Goretta y Carolina García Fiorato

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata

## UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD 2

### Informe Ejecutivo

#### Aspectos positivos

A partir de la sistematización y análisis de los datos obtenidos a través de las entrevistas en profundidad a la Coordinadora y a los empleados del Área, y las entrevistas a los empleados de la Región La Plata y sus Delegaciones; las encuestas a los empleados de central y el análisis de los productos comunicacionales, pudimos determinar las siguientes potencialidades de la Unidad:

- La **comunicación** entre los miembros de la Unidad es fluida.
- La Coordinadora de la Unidad lleva adelante **reuniones de equipo**, cuando lo considera necesario, con el objetivo de transmitir cambios, discutir temas centrales o brindar información al grupo de trabajo.
- La gran mayoría de sus integrantes refieren sus **ganas de trabajar** y realizar tareas en pos del proyecto para el cual fueron convocados; y existe la voluntad de los miembros de mejorar la vida del Área.
- La UPPS **cuenta con el apoyo de la Dirección Ejecutiva del IOMA** para la realización de actividades que suponen un cambio de mirada tendiente a dar más prioridad a la prevención y cuidado de la salud.



### UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD 3 Informe Ejecutivo

- Existe **buen diálogo con otros Sectores/Direcciones** del Instituto.
- Uno de los fines de la creación de la UPPS fue nuclear en un área los diferentes Programas que ya existían dentro de IOMA, y que se encontraban dispersos dentro de la estructura. La **UPPS fue y está siendo el soporte para la creación de nuevos programas** y el diseño de diferentes acciones orientadas al objetivo de promocionar la salud.
- El área **pudo identificar los problemas** al momento de comunicar el Programa de Salud Renal en las Regiones de la Provincia y así encausar la comunicación de otra manera. Es por ello que destacamos el poder de rápida detección de inconvenientes, replanteo de los mismos y puesta en marcha de los cambios.
- **Poseen el asesoramiento** del Área de Comunicación Institucional y del Departamento de Capacitación de Personal del Instituto.
- La médica a cargo de la Coordinación **tiene una perspectiva humanística y social** que acompaña el discurso médico y al decir de los integrantes del Área, **es receptiva** a nuevas propuestas para el mejoramiento de la comunicación en la Unidad.
- Poseen una constante **preocupación por mejorar la manera de comunicar y comunicarse con las Regiones.**

## UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD 4

### Informe Ejecutivo

- La página web **presenta características técnicas de buen nivel de producción**, lo que permite su **fácil navegación**.
- Considerando los “aspectos generales” de **los links, estos cuentan con objetivos definidos** en relación a la Institución y a la Unidad, respetando el diseño y la estética del sitio.

### Aspectos a mejorar

También detectamos algunos aspectos vinculados a la comunicación de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD, sobre los que sería interesante trabajar, ya que presentan oportunidades de mejora.

- Pese a que los miembros de la Unidad comparten las mismas motivaciones y tienen una visión similar respecto al desarrollo de las tareas en el Área, **no existe aún un discurso identitario** tendiente a unificarse (empleados de la Unidad) y que ayude a estar presentes ante el resto del IOMA. Aún no hay una sistematización de la visión, la misión y los valores de la Unidad.
- La Unidad gestiona permanentemente Programas y actividades de prevención y promoción de la salud para los afiliados, y por lo tanto para los empleados de la Obra Social. No obstante ello, **comunica de modo poco estratégico sus actividades o a veces no las comunica**. El resultado es que pocos empleados conocen aquellos programas y actividades, por lo tanto tienen poco contacto con la

## UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD 5

### Informe Ejecutivo

vida institucional de la Unidad, lo cual deriva en percepciones negativas acerca de ella.

- Pese a que la Unidad cuenta con el apoyo del Área de Comunicación Institucional que posee personal idóneo (Planificadores Comunicacionales) **no se los requiere para la planificación al momento de la puesta en marcha de las diferentes actividades y Programas a implementar**, quienes podrán encargarse de sistematizar la comunicación interna y potenciar la comunicación externa de la organización.
- **No poseen un protocolo, planificación o manual de procedimientos** para consultar ante la puesta en marcha de nuevos Programas o al momento de implementar modificaciones a los existentes.
- **No poseen presencia directa y clara en el sitio web de IOMA.**
- **Escaso diálogo con los agentes de atención al público de las Delegaciones.**
- La “identidad” de la Unidad **en el sitio web** se ve eclipsada por la de IOMA, debido a que **no se hace mención a la misma** y por lo tanto no logra evidenciarse en qué Área se desarrolla todo el trabajo de planificación, control y puesta en marcha de los Programas. Y con respecto a la “accesibilidad”, el sitio no ofrece la posibilidad de

**UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD 6**  
**Informe Ejecutivo**

imprimir los textos de los links como así también la información adicional con que estos cuentan.

- El **material documental (folletería)**, es entregado sólo al afiliado y **no está destinado al empleado de Central y Regiones/Delegaciones**. Y no se consigna a la Unidad en los mismos como generadora de esos Programas.

<b>ASPECTOS A MEJORAR</b>	<b>LÍNEAS DE ACCIÓN</b>
No existe aún un discurso identitario que los unifique como miembros de la Unidad.	Fortalecer la misión, la visión y los valores de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD para que sean compartidos por todos sus integrantes, los que guiarán al Área en sus actividades, procesos y gestiones. De esta manera generarán un discurso identitario propio dirigido a todos los empleados del IOMA.
<p>Comunica de modo poco estratégico sus actividades o a veces no las comunican.</p> <p>No poseen presencia directa y clara en el sitio web de IOMA ni en el material documental (folletería).</p> <p>Escaso material documental (folletería) para entregar al empleado.</p>	Impulsar nuevas estrategias de difusión, con el fin de que la Unidad llegue a ser conocida por todos los empleados de IOMA, lo que generará la disminución de percepciones negativas sobre el Área.

# Diagnóstico de Comunicación y Planificación

Para la Unidad de Promoción y  
Prevención de la Salud de IOMA



## Nos propusimos:

Conocer y Analizar  
la cultura organizacional de la Unidad  
para detectar posibles espacios de  
intervención comunicacional

## Método de investigación

- ✓ **Entrevistas individuales en profundidad** a integrantes y Coordinadora de la Unidad y a los empleados de Gran La Plata.
- ✓ **Encuestas** a los empleados de la Unidad y Central
- ✓ **Análisis de productos gráficos y página web.**

## Resultados del Diagnóstico

### Aspectos Positivos de la UPPS

- ✓ Comunicación fluida entre los miembros.
- ✓ Desarrollo de reuniones de trabajo.
- ✓ Integrantes con voluntad y ganas de trabajar en el Área.
- ✓ Apoyo de la Dirección Ejecutiva del IOMA.
- ✓ Buen diálogo con otros sectores/direcciones del Instituto.

### Aspectos Positivos de la UPPS

- ✓ Poseen asesoramiento del Área de Comunicación Institucional.
- ✓ Rápida detección y rectificación de los problemas.
- ✓ Intención de mejorar la comunicación con las Regiones.

### Aspectos a Mejorar de la UPPS

- ✓ Ausencia de discurso identitario.
- ✓ Comunica de modo poco estratégico sus actividades o NO las comunica.
- ✓ No poseen presencia directa y clara en el sitio web de IOMA ni en el material documental (folletería).
- ✓ Escaso material documental (folletería) para entregar al empleado.



## **Nuestra Propuesta**

### **Líneas de acción**

(Trabajan sobre los aspectos a mejorar y trazan estrategias a seguir)

- ✓ Construir un discurso de identidad institucional explicitando la misión, la visión y los valores, compartidos por todos los miembros, para la presentación ante sus públicos.
- ✓ Generar nuevos productos comunicacionales y reforzar los existentes para fortalecer el vínculo con todos los empleados del IOMA.

### Actividades

- ✓ Realizar un Taller de misión, visión y valores con los miembros de la Unidad.
- ✓ Generar nuevos productos gráficos:
  - 1) Carpeta Institucional para consulta de los miembros de la UPPS.
  - 2) Boletín informativo.
- ✓ Generar un canal de consultas.
- ✓ Utilizar intranet para potenciar la presencia de la UPPS entre los empleados.

# Muchas Gracias!

García Fiorato, Carolina - Goretta, José



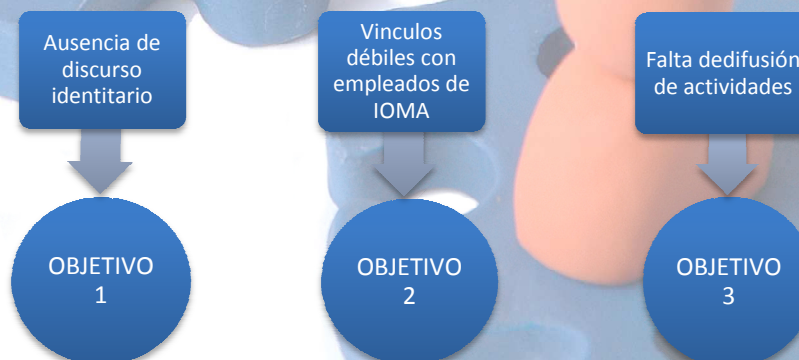
## Objetivo General

Desarrollar estrategias desde la comunicación tendientes a contribuir en la mejora de la imagen que poseen los empleados de IOMA central y Región La Plata sobre la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD

## Objetivos Específicos

Cada objetivo específico responde a cada nudo crítico detectado en el Diagnóstico

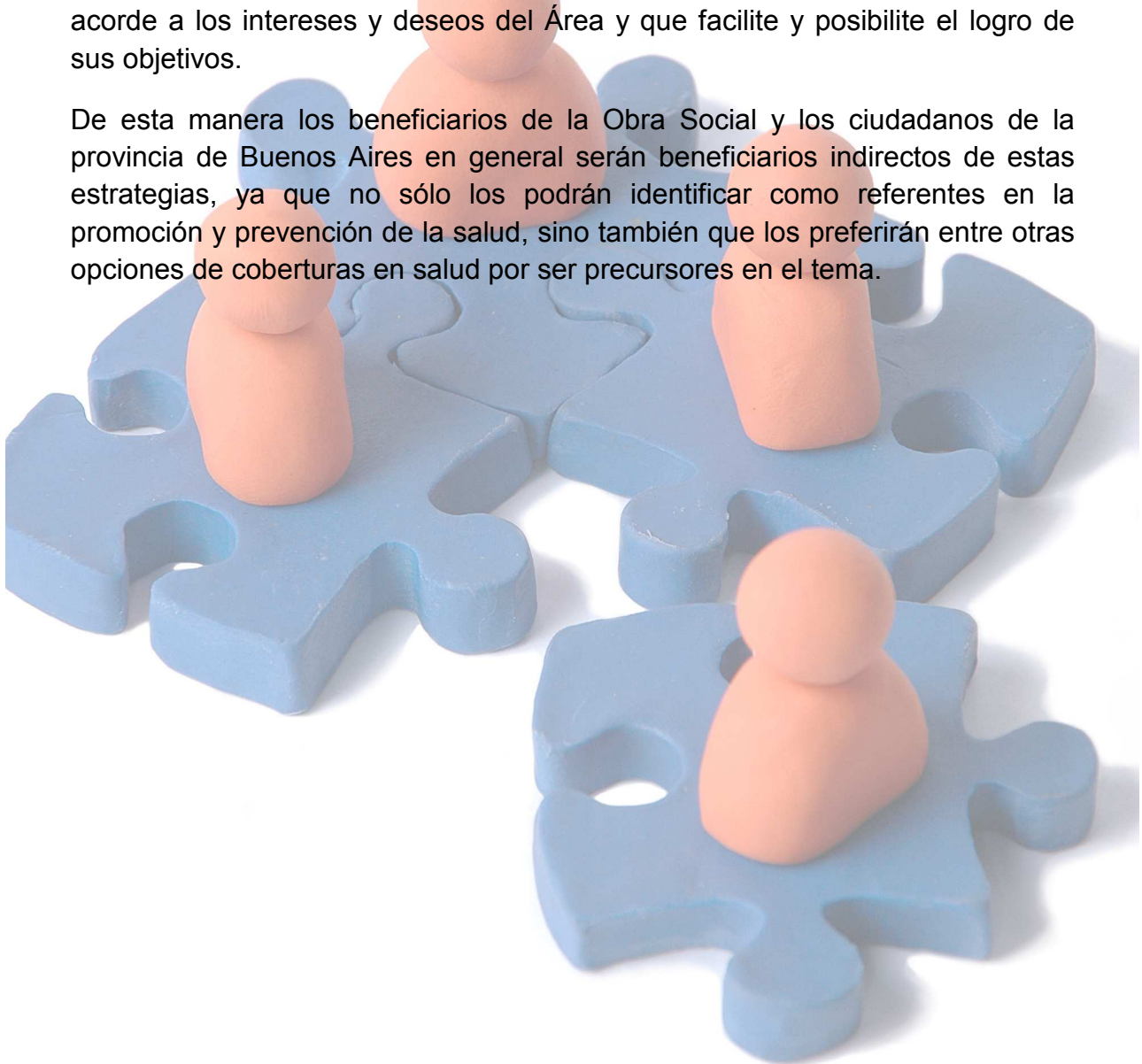
1. Definir el discurso identitario de la Unidad.
2. Fortalecer el vínculo entre los empleados de IOMA Central y Región La Plata con la Unidad.
3. Difundir entre los empleados las actividades y servicios brindados y gestionados por la Unidad.



## BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Actuar planificada y coordinadamente desde la comunicación logrará que los empleados de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD y los empleados de IOMA en general tengan una imagen de la UPPS que sea acorde a los intereses y deseos del Área y que facilite y posibilite el logro de sus objetivos.

De esta manera los beneficiarios de la Obra Social y los ciudadanos de la provincia de Buenos Aires en general serán beneficiarios indirectos de estas estrategias, ya que no sólo los podrán identificar como referentes en la promoción y prevención de la salud, sino también que los preferirán entre otras opciones de coberturas en salud por ser precursores en el tema.



## DESCRIPCIÓN DEL PLAN

Aquí desglosaremos las acciones por objetivo específico:

### Objetivo 1. Definir el discurso identitario de la Unidad

Este objetivo busca que la Unidad establezca una visión (es el norte de la organización, la guía o ideal hacia el que se apunta), una misión (es la razón de ser de la organización. Explica a qué se dedica, y cómo lo hace) y valores (principios básicos que guían la conducta cotidiana) definidos en forma clara y compartidos por todos los integrantes del Área para que los mismos sean su guía en todas las actividades, procesos y gestiones<sup>1</sup>.

El resultado que se espera es que el discurso identitario (misión, visión y valores) se defina y pueda ser plasmado en los productos comunicacionales de la UPPS. Asimismo este objetivo persigue la meta de realizar un (1) documento institucional que sintetice la misión, la visión y los valores de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD y un (1) documento que plasme el discurso identitario de la Unidad para ser entregado a los miembros de la Unidad.

**Para este objetivo proponemos tres (3) actividades:**

**Taller de Misión, Visión y Valores**

**Espacio de Reflexión**

**Carpeta Institucional**

<sup>1</sup> TALLER DE PRODUCCIÓN DE MENSAJES. "Todo comienza con una misión y visión claras". Documento de cátedra. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 2007.

## Taller de Misión, Visión y Valores

La elección estratégica de realizar este taller con los miembros de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD se fundamenta en que trabajando sobre estos aspectos se podrá elaborar un documento que los plasme para que sean compartidos entre sus integrantes, ya que son los rasgos que guiarán al Área en todas sus actividades; de esta manera se generará un discurso de identidad propio dirigido a sus públicos y aportará a que todos los productos de comunicación presenten un discurso, único, alineado, consistente y estratégico.

Será necesario para el desarrollo del taller que todos los miembros de la Unidad, incluyendo a la Coordinadora del Área participen del mismo. De no ser factible la concurrencia de todos los agentes, se deberá contar con la mayoría de los mismos. De ser necesario podrá realizarse en horario extra laboral.

Las diferentes actividades del taller introducen gradualmente a los miembros de la Unidad en el contacto con las misiones, visiones y valores de otras organizaciones, posteriormente en la reflexión de los mismos en su propia organización y finalmente en la elaboración individual de la misión visión y valores de la UPPS.

### Modalidad del Taller de Misión Visión y Valores

Se entregará a los miembros de la UPPS el siguiente documento que explica el significado de Misión, Visión y Valor:

**¿Qué hacemos?** Es la pregunta que debemos responder para definir la Misión.

**MISIÓN:** es la razón de ser de la organización. Explica a qué nos dedicamos, y cómo lo hacemos. La misión delimita el campo de acción con el objetivo de optimizar los recursos y los esfuerzos para alcanzar mejores resultados.

**¿Qué queremos ser?** Es la pregunta que debemos responder para definir la Visión.

**VISIÓN:** Es el norte de la organización, la guía o ideal hacia el que se apunta. Debe ser un objetivo realista aunque no fácilmente alcanzable, para motivar a los miembros de la organización a trabajar en pos de lograrlo.

**¿Cómo actuamos para alcanzar nuestra visión?** Es la pregunta que debemos responder para determinar los valores.

**Valores:** son los principios básicos que guían nuestra conducta cotidiana. Se trata de cualidades que creemos indispensable alcanzar y/o mantener en todos los miembros de la organización para que ésta logre realizar su visión.

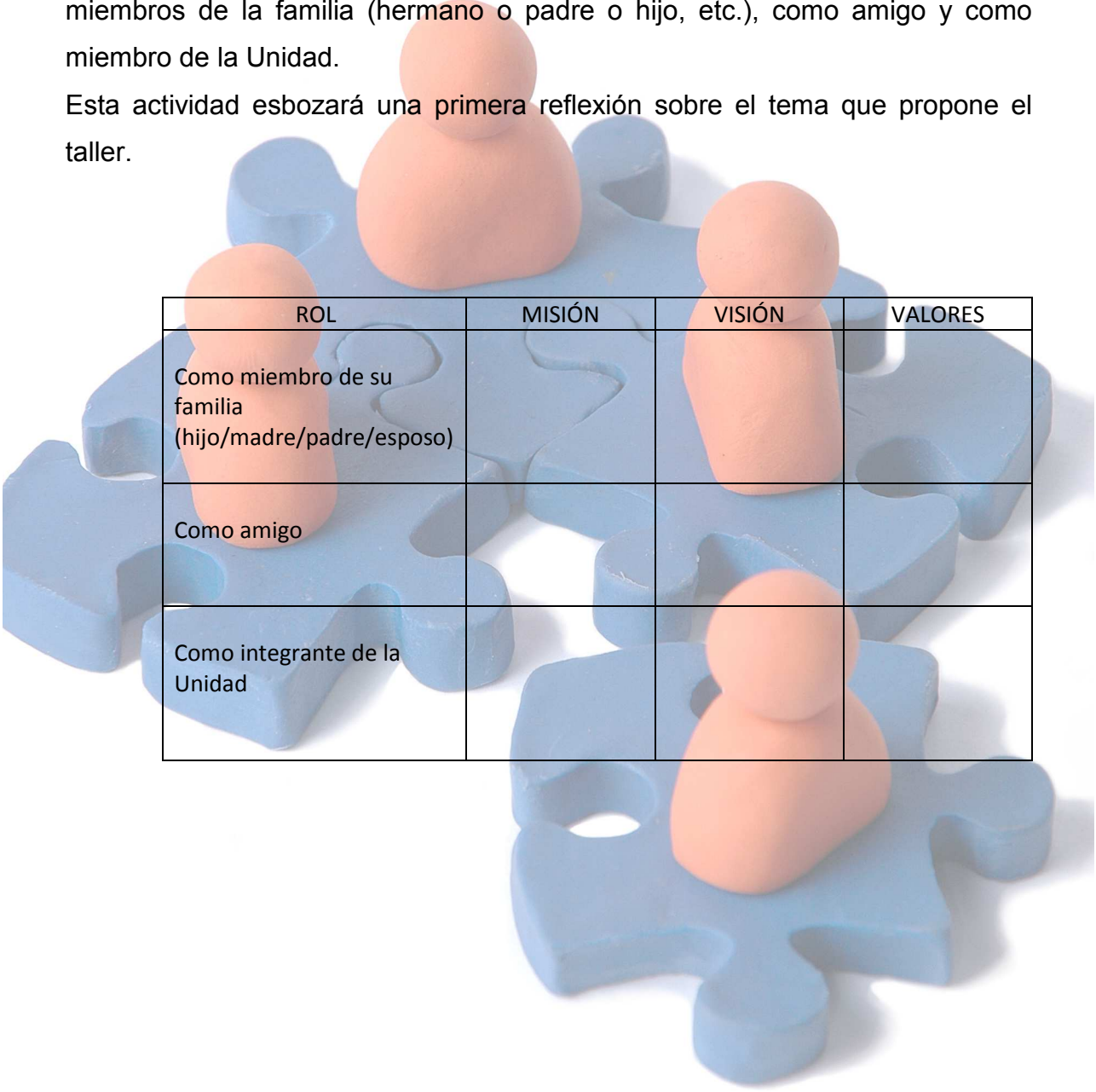
En la definición de estos conceptos de Misión, Visión y Valores siempre es preferible elaborar la idea básica, la idea impulsora o principio organizador, y después buscar las palabras precisas que expresen esa mejor idea.



Posteriormente se entregará a los miembros de la Unidad un documento con siete (7) actividades.

La primera actividad consta de un cuadro en el que los agentes de la UPPS deberán consignar cuál creen ellos que es su misión, visión y sus valores como miembros de la familia (hermano o padre o hijo, etc.), como amigo y como miembro de la Unidad.

Esta actividad esbozará una primera reflexión sobre el tema que propone el taller.



ROL	MISIÓN	VISIÓN	VALORES
Como miembro de su familia (hijo/madre/padre/esposo)			
Como amigo			
Como integrante de la Unidad			

La segunda actividad tendrá el propósito de que los miembros de la Unidad puedan identificar las misiones, visiones y valores de empresas que ya tienen definido su discurso identitario.

Unir con flechas las misiones y visiones de cada empresa

<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>MISIÓN</b>
Coca – Cola	Alimentar, deleitar y servir a nuestro mundo.
OSDE	Refrescar al mundo, inspirar momentos de optimismo y felicidad, crear valor y dejar una huella positiva.
BIMBO	Brindar servicios con valor social y comunitario sustentados en la más alta calidad humana y técnica.
<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>VISIÓN</b>
Coca-Cola	Ser la mejor empresa de panificación del mundo, ser una empresa con marcas líderes y confiables para nuestros consumidores. Ser el proveedor preferido de nuestros clientes. Ser una empresa innovadora, que mira el futuro. Ser una empresa financieramente sólida y ser un lugar extraordinario para trabajar.
OSDE	Aspiramos a construir un sistema de servicios modelo que conjugue la protección de los intereses de nuestros beneficiarios con una comprometida participación activa en pro de la comunidad en su conjunto.

BIMBO

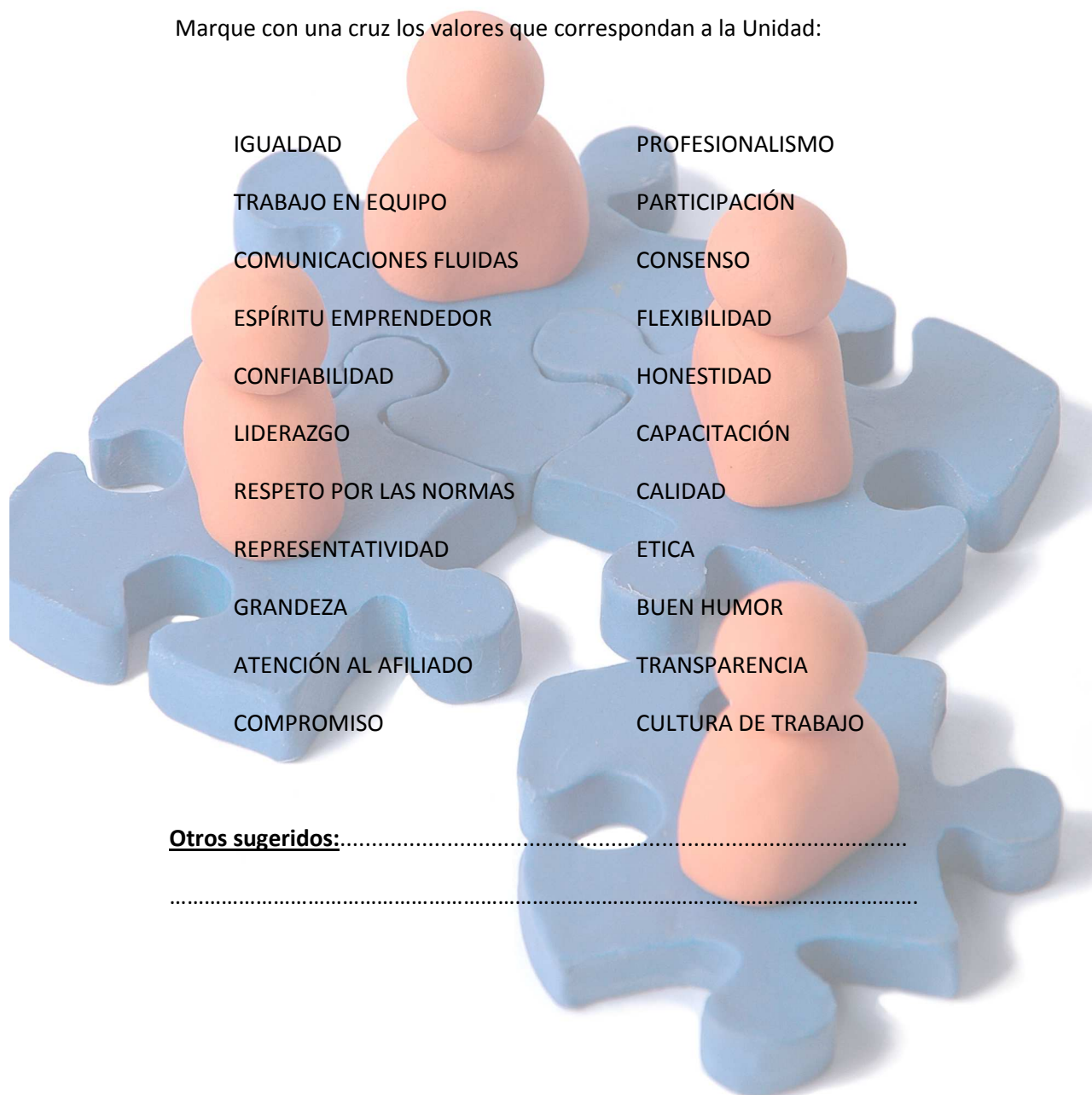
Ser un excelente lugar para trabajar, en donde nuestro personal se inspire para dar lo mejor de sí. Ofrecer al mundo una cartera de marcas de bebidas que se anticipan y satisfacen los deseos y las necesidades de las personas.



La tercera actividad tendrá el propósito de que los miembros de la Unidad puedan definir cuál de los valores propuestos son los principios básicos que guían sus conductas cotidianas.

### Valores de la Unidad

Marque con una cruz los valores que correspondan a la Unidad:

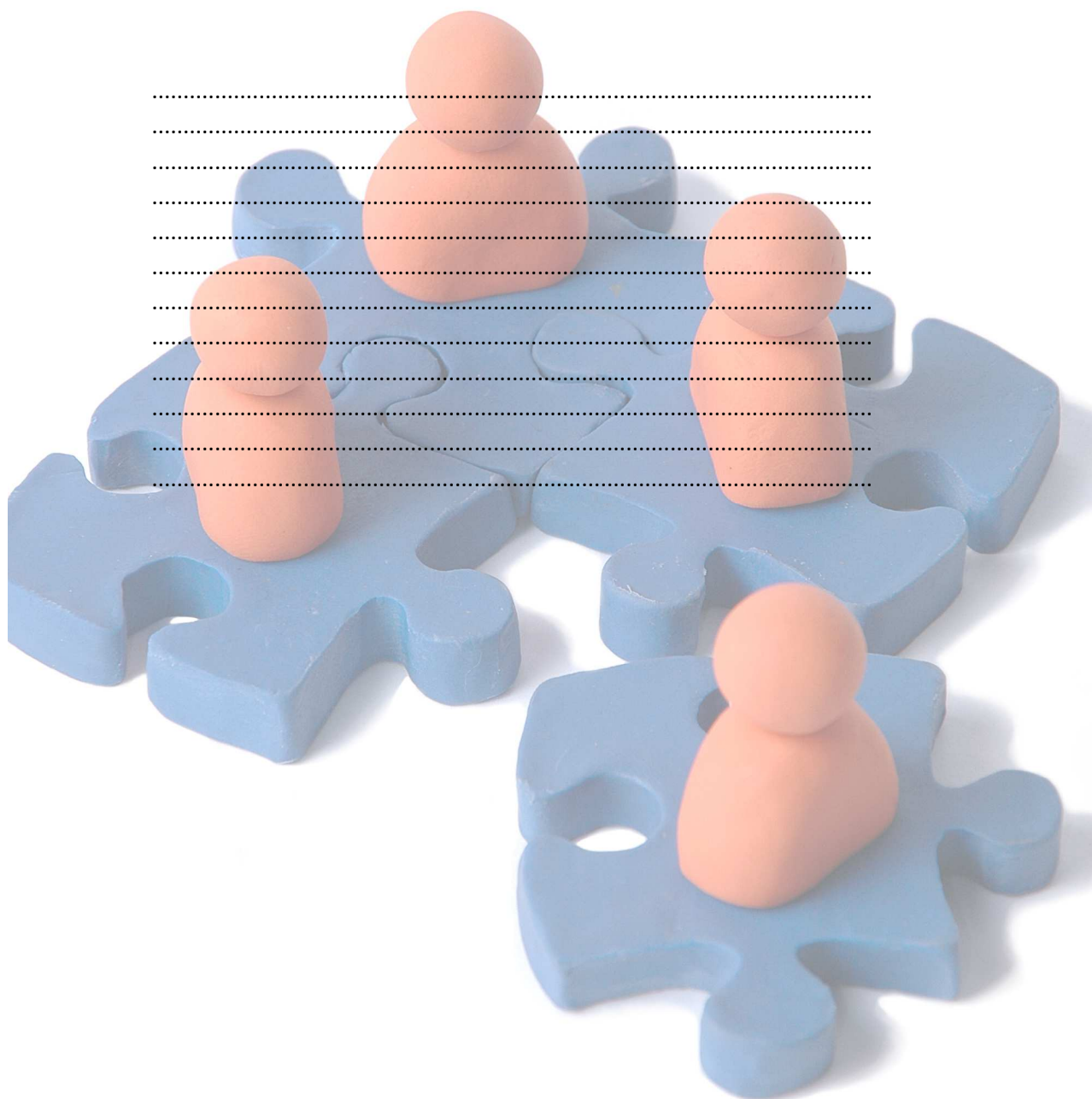


**Otros sugeridos:**.....

.....

La cuarta actividad apunta a que cada miembro pueda responder a la pregunta “¿qué queremos ser?” con el objetivo de expresar cuál sería a su entender la visión de la Unidad.



Desarrolle brevemente las expectativas que tiene sobre la Unidad y su futuro como parte de ella.





La sexta actividad tiene el objetivo de establecer una situación real, clara y concreta de la actualidad de la Unidad con el objetivo que en la actividad posterior (7º) pueda desarrollarse una visión motivadora, satisfactoria, trascendente personal y colectivamente y deseable a mediano y largo plazo; como también una misión que le dé sentido y orientación a sus actividades<sup>2</sup>.

**Fortalezas y Debilidades de la Unidad**

<p><b>FORTALEZAS (F)</b> Ventajas que tiene la Unidad para alcanzar su misión y visión.</p>	<p><b>DEBILIDADES (D)</b> Aspectos que la Unidad debe corregir (o las habilidades que necesita)</p>
	

Posteriormente desarrolle, según su criterio y lo recorrido en las otras actividades, la Misión y Visión de la Unidad.

Misión:.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

<sup>2</sup> TALLER DE PRODUCCIÓN DE MENSAJES. Todo comienza con una misión y visión claras. Documento de cátedra. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 2007.

Visión:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

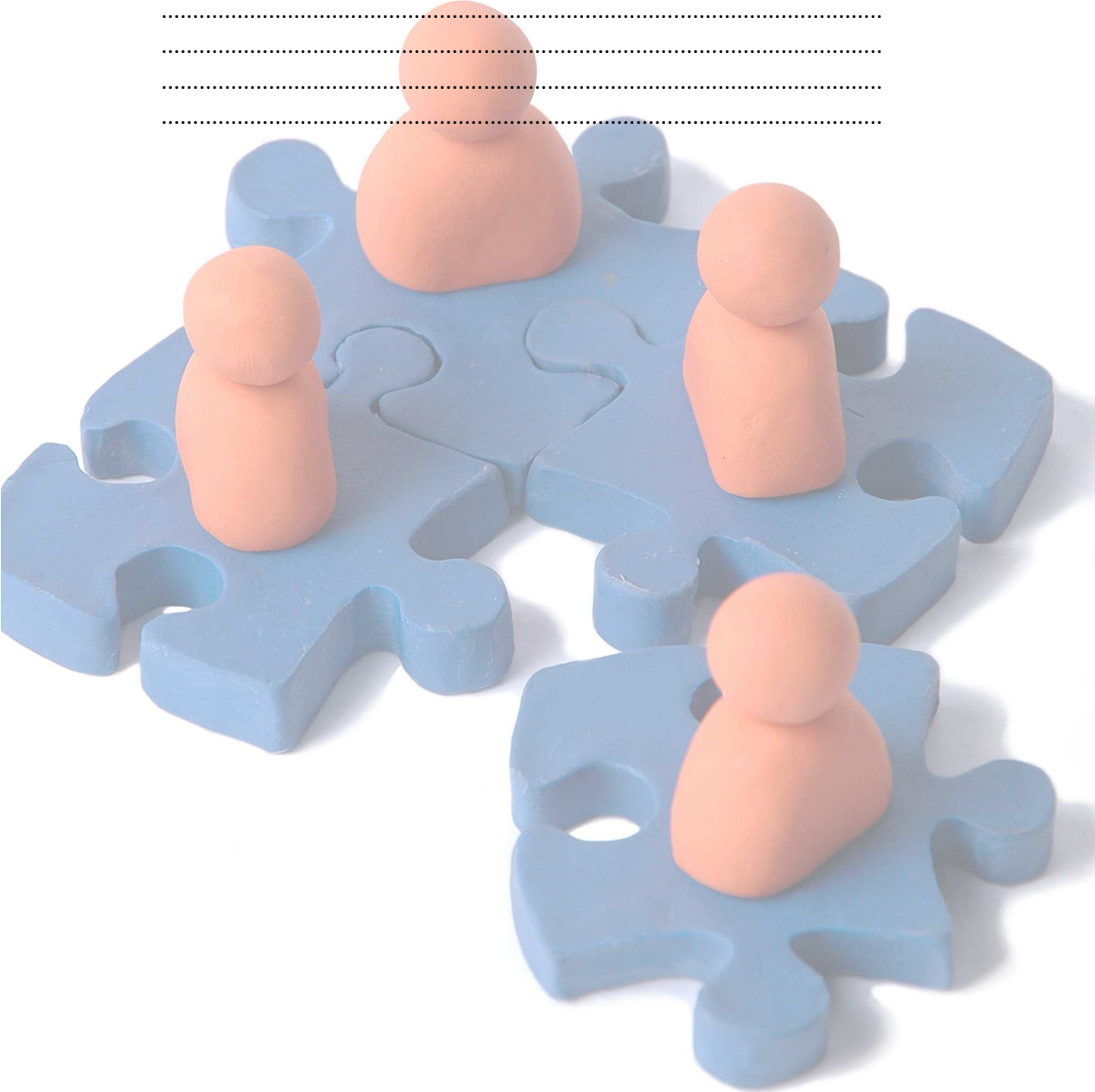
.....

.....

.....

.....

.....





## Espacio de Reflexión

Propiciar un espacio de reflexión una vez realizado el Taller de Misión, Visión y Valores, se sustenta en la necesidad repasar y deliberar en forma conjunta sobre los resultados arrojados por el mismo, en busca del fortalecimiento de un horizonte común.

Este espacio aportará al fortalecimiento del discurso sobre la identidad del área.

El espacio deberá estar coordinado por la misma persona que llevó adelante el Taller de Misión, Visión y Valores, ya que previa lectura y análisis de los documentos elaborados por los integrantes de la Unidad en el taller deberá exponer cuáles fueron los resultados, identificando similitudes y diferencias arrojados en los mismos. Una pizarra podrá colaborar en el registro de estas conclusiones.

Finalmente y luego de un análisis conjunto y consensuado podrá elaborarse el documento final que plasme la visión, misión y los valores que guiarán a la Unidad en todas sus actividades, procesos y gestiones.

Será necesario que todos los miembros de la Unidad, incluyendo a la Coordinadora del Área participen del mismo. De no ser factible la concurrencia de todos los agentes, se deberá contar con la mayoría de los mismos. Asimismo no deberá realizarse el mismo día del taller y podría llevarse adelante en horario extra laboral.

## Carpeta Institucional

La elección estratégica de generar un producto gráfico como lo es una Carpeta Institucional de consulta para los miembros de la UPPS, que contenga plasmada la visión, la misión y los valores de la Unidad, se justifica en que la misma podrá registrar el discurso identitario del Área a fin de guiarlos en todas sus actividades, como así también a fin de ser compartida los nuevos integrantes.



## **Objetivo 2. Fortalecer el vínculo entre los empleados de IOMA Central y Región La Plata con la Unidad**

Este objetivo busca que la Unidad sea conocida por todos los empleados de IOMA; y propicia que se generen espacios de diálogo con los empleados de atención al público de las Delegaciones de IOMA, como así también espacios de participación y diálogo con los empleados de todo IOMA.

El resultado esperado de este objetivo es establecer canales activos de comunicación y facilitar la participación y el feedback (ida y vuelta) entre el empleado de Central y Región La Plata y la Unidad.

La meta que se pretende alcanzar es crear tres (3) productos comunicacionales para difundir lo que hace la Unidad y cómo lo hace y unificar criterios de recolección y distribución de la información.

**Para este objetivo proponemos tres (3) actividades:**

**Generar un boletín informativo**

**Crear un canal de consultas**

**Generar mensajes saludables**

## Generar un boletín informativo

Generar un boletín informativo (díptico) para entregar al empleado junto a su recibo de sueldo, en el que contenga información sobre la creación de la Unidad y los Programas que tiene a cargo y donde se especifique diferentes vías de contacto, se justifica en que el mismo aportará al fortalecimiento del vínculo con el empleado, estableciendo canales activos de comunicación y participación.

De esta manera el Área de Comunicación Institucional del IOMA procesará el siguiente material documental a fin de llevar a cabo la elaboración del pertinente documento gráfico, con un diseño acorde a lo establecido por la imagen institucional del IOMA. Teniendo en cuenta que deberá consignarse vías de contacto con la UPPS.

El siguiente texto es el aconsejado para un primer díptico, aunque la Unidad podrá sugerir un texto alternativo. Mensualmente se deberán generar productos gráficos que acompañen al recibo de sueldo con información que la Unidad considere pertinente.

Texto sugerido:

### **UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD**

*“Trabajar sobre la atención primaria es mejorar la calidad de vida”*  
Dr. Antonio La Scaleia

La UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD (UPPS) del IOMA se creó en Diciembre de 2010, bajo la gestión de nuestro actual Presidente doctor Antonio La Scaleia. La tarea de la Unidad es privilegiar la política de atención primaria de la salud.

Somos un Área dentro de la Dirección General de Prestaciones (DGP) de la que dependen y dependerán todos los Programas para la

Promoción y Prevención de la Salud que se diseñen en nuestra Obra Social.

El objetivo es fomentar la promoción y prevención de la salud, privilegiando la política de atención primaria, utilizando el potencial de la Obra Social junto a sus centros de atención en la provincia; y desarrollar Programas que atiendan a la problemática de las enfermedades crónicas no transmisibles, incentivando el cuidado y control de la salud.

Nuestra tarea se fundamenta en trabajar en políticas y acciones que promuevan la promoción de la salud para todos los empleados públicos de la provincia de Buenos Aires, porque aumentar y mejorar la calidad de vida de la población es la finalidad de IOMA.

Los cinco Programas que hoy están en marcha abarcan a toda la población bonaerense afiliada a la obra social. Cada uno de estos Programas es de diferente temática y se orienta a distintos públicos destinatarios:

-“**MAMI**” apunta a disminuir la morbimortalidad materno neonatal, promover la periodicidad de la consulta en salud, promover la lactancia materna y prevenir enfermedades a la madre y al niño.

- “**SER**” (Salud Sexual y Reproductiva) tiene como objetivos la prevención y el diagnóstico temprano de cáncer génito mamario y las enfermedades de transmisión sexual. También brinda cobertura para una efectiva planificación familiar.

-“**Salud Bucal**” está destinado a los afiliados de 5 a 8 años a fin de que concurran al odontólogo en forma gratuita para sellado de fosas y fisuras del primer molar.

- “**Salud Renal**” se orienta a la detección temprana de la enfermedad renal, su prevención y la cobertura en su asistencia.

-“IOMA más Cerca” nuclea a todos aquellos afiliados con enfermedades de alto costo y baja incidencia como Gaucher, Fibrosis Quística, Esclerosis Múltiple, etc.

Nuestro trabajo es posible gracias a la vinculación de la Unidad con numerosos sectores y personas de esta Institución, que al igual que nosotros, trabajan de forma mancomunada para poder cumplir con los objetivos de la mejor manera posible. Entendemos que la colaboración y el respeto por el otro es el mejor modo de trabajar.

Nos puedes encontrar en el piso 13 de la sede central, en la Ciudad de La Plata, acercate a realizar consultas o sugerencias, o comunicate con nosotros a través de intranet al código xx o por e-mail a [unidadpromocionyprevencion@ioma.gba.gov.ar](mailto:unidadpromocionyprevencion@ioma.gba.gov.ar)



### Crear un canal de consultas

La creación de un canal de consultas, ya sea con un ícono para el empleado en la web de la Obra Social, por medio del correo electrónico, vía intranet o las tres opciones juntas, se sustenta en que el mismo contribuirá al establecimiento de canales activos de comunicación y participación con los empleados.

Con referencia al ícono en la página web de la Obra Social, el mismo deberá ser diseñado y ubicado estratégicamente junto al sector de diseño del Área de Comunicación Institucional del IOMA debido a que no deberá romper con la estética de la imagen establecida por la Obra Social. Alternativamente podrá elaborarse una solapa en el link “INTRANET” de la página web que es de uso exclusivo del personal de IOMA.

En los canales de comunicación deberá consignarse obligatoriamente un mail y un teléfono de contacto (preferiblemente interno de la oficina).

### Generar mensajes saludables

La generación de mensajes saludables vía intranet<sup>3</sup>, se fundamenta en que enviando mensajes diarios, los agentes del IOMA, tendrán periódicamente presente a la Unidad y al momento que ésta convoque a realizar actividades específicas los empleados ya habrán tenido conocimiento de la existencia de la Unidad, teniendo presente el canal comunicacional establecido con el Área.

A continuación se sugieren diez (10) mensajes saludables a fin de ser enviados por intranet. Los mensajes desarrollados cubrirán una semana de envíos considerando ideal enviar dos (2) por día en el horario de las 9 y 13. El horario sugerido se justifica en la cobertura de las franjas horarias de entrada de personal<sup>4</sup>.

Posteriormente la Unidad deberá generar una planificación de mensajes saludables para todo el mes y asignar un responsable y un suplente para el envío de los mismos. Alternativamente, se podrá solicitar ayuda a la Dirección de Sistemas a fin de que los mismos puedan ser programados y enviados automáticamente.

A los mensajes saludables se los identificará con el título “¿Sabías que?” y deberán siempre dar información y recomendar al empleado un hábito saludable.

---

<sup>3</sup> IOMA posee un sistema de comunicación interna donde todas las computadoras que estén conectadas a la red pueden enviar y recibir mensajes indicando si es hacia un destinatario en particular o a toda la red. Asimismo los receptores del mensaje tienen la posibilidad de contestar al destinatario o a toda la red.

<sup>4</sup> La franja horaria de entrada permitida es de 8 a 12 hs.

Mensajes sugeridos<sup>5</sup>:

## ¿SABÍAS QUE?

### Mensaje 1:

¿Sabías que el agua es un elemento vital para el ser humano y que el 70% de nuestro cuerpo está formado por agua? Un consumo menor al necesario puede dañar la salud y el funcionamiento de órganos como el riñón.

### Mensaje 2:

¿Sabías que masticar lentamente cada bocado de comida favorece la digestión? El tiempo de una comida no debería durar menos de 15 a 20 minutos.

### Mensaje 3:

¿Sabías que las verduras como la zanahoria ayuda a disminuir el colesterol “malo” (LDL) y aumentar el “bueno” (HDL)? ¿Y que el ajo eleva el nivel del colesterol “bueno”, reduce el de triglicéridos y es antioxidante? Come frecuentemente una ensalada de zanahoria periódicamente o condimenta tus alimentos con ajo y ayudaras a bajar el colesterol, animate al cambio.

### Mensaje 4:

¿Sabías que la vitamina A es necesaria para la piel, los ojos, el cabello y todos los tejidos? Podes encontrar vitamina A en: la zanahoria, batata, espinaca, calabaza, melón, huevos, leche, etc.

### Mensaje 5:

¿Sabías que el potasio es un mineral necesario para el corazón, la presión arterial y los músculos? Podes encontrar potasio en: la banana, kiwi, naranja, pera, pasas de uva, durazno, espárragos, calabaza, etc.

---

<sup>5</sup> “Diez mensajes para una alimentación saludable” [en línea]. Bogotá 9 de abril de 2012 [citado 2 de julio de 2012]. Disponible en: <http://www.colombia.com/vida-sana/noticias/sdi/35600/diez-mensajes-para-una-alimentacion-saludable#.UD-fvcEf5bw>.

“10 mensajes básicos sobre una alimentación saludable” [en línea]. 9 de marzo de 2007 [citado 2 de julio de 2012]. Disponible en: [http://nutricionescuola.com.ar/nut\\_saludable.php](http://nutricionescuola.com.ar/nut_saludable.php)

PAREDES José Manuel. “Beneficios de la actividad física y el deporte” [en línea]. [citado 2 de julio de 2012]. Disponible en: [www.deportedigital.galeon.com/salud/beneficios.htm](http://www.deportedigital.galeon.com/salud/beneficios.htm)

PALACIOS Nieves y SERRATOSA Luis. “Beneficios de la actividad física” [en línea]. [citado 2 de julio de 2012]. Disponible en: <http://www.actividadfisica.net/actividad-fisica-beneficio-actividad-fisica.html>.



**Mensaje 6:**

¿Sabías que la vitamina C mejora la absorción del hierro, previene las infecciones y resfríos? Podes encontrar vitamina C en: kiwi, naranja, limón, frutilla, brócoli, repollo, coliflor, etc.

**Mensaje 7:**

¿Sabías que la leche materna contiene las cantidades adecuadas de carbohidratos, proteínas, grasa, minerales, vitaminas y hormonas que los bebés necesitan, y que tiene anticuerpos maternos que pueden ayudar al bebé a combatir las infecciones?

**Mensaje 8:**

¿Sabías que la cocción de frutas y hortalizas aumenta la pérdida de vitaminas y minerales, ya que algunas vitaminas se destruyen por el calor y otras quedan en el agua de cocción? Por ese motivo come con frecuencia frutas y hortalizas crudas.

**Mensaje 9:**

¿Sabías que la actividad física tiene efectos tranquilizantes y antidepresivos; que mejora los reflejos y la coordinación; aporta sensación de bienestar; elimina el estrés y previene el insomnio y regula el sueño? Bajar unas paradas antes del colectivo o dejar el auto más lejos de tu destino ayudarán a sentirte mejor.

**Mensaje 10:**

¿Sabías que la actividad física previene y/o retrasa el desarrollo de hipertensión arterial, disminuye los valores de tensión arterial en hipertensos y mejora el perfil de los lípidos en sangre (reduce los triglicéridos y aumenta el colesterol “bueno” –HDL-)? Abandonar el ascensor y utilizar las escaleras es una buena forma de comenzar a moverse.

### **Objetivo 3. Difundir entre los empleados las actividades y servicios brindados y gestionados por la Unidad**

Este objetivo busca que todos los empleados de la Obra Social participen de las convocatorias que realiza la Unidad, que estén informados de los beneficios que ésta genera con cada uno de los Programas que tiene a cargo, y que los mismos sean utilizados por todos los miembros de la organización.

El resultado esperado es que los empleados de IOMA estén al tanto de las actividades y servicios con los que cuentan actualmente.

La meta que persigue este objetivo es informar periódicamente a través de la publicación gráfica, la página web e intranet las nuevas actividades y servicios que lleva adelante la UPPS.

**Para este objetivo proponemos tres (3) actividades:**

**Utilizar intranet para difusión de actividades y mensajes saludables**

**Adjuntar al recibo de sueldo folletería informativa**

**Utilizar espacios comunes para la difusión de actividades**

## Utilizar intranet para difusión de actividades y mensajes saludables

Como ya hemos considerado anteriormente (página 23), la generación de mensajes vía intranet, se fundamenta en que generando contactos diarios los agentes del IOMA estarán familiarizados con la Unidad al momento de convocar a actividades específicas.

El detalle de la confección de los mensajes saludables fue desarrollado en página 23. Con respecto a la difusión de actividades, las mismas deberán consignar claramente cuál es el propósito de la invitación con día, horario y lugar. Asimismo deberá señalar el nombre de la Unidad y la forma en que se puede comunicar con el área.

Cada evento/invitación/mensaje deberá ser elaborado por personal especializado en el tema y aprobado, previa publicación por la Coordinadora de la Unidad.

La UPPS deberá realizar una calendarización anual con los eventos programados con el objetivo de organizar las convocatorias con tiempo. Aquellas actividades que quedaron fuera del calendario serán convocadas a la mayor brevedad posible, de ésta manera no existirán reclamos de no conocimiento de las actividades por parte de los empleados.

Asimismo y al igual que con los mensajes saludables deberá asignarse un responsable y un suplente para el envío de las invitaciones. Alternativamente, se podrá solicitar ayuda a la Dirección de Sistemas a fin de que las mismas puedan ser programadas y enviadas automáticamente.

### **Adjuntar al recibo de sueldo folletería informativa**

Como hemos especificado en la página 20 entregar material documental para el empleado junto a su recibo de sueldo asegura que todos y cada uno de los empleados de IOMA reciba la información que se propone difundir.

Toda aquella documentación que genere la Unidad deberá ser identificada con su nombre y tendrá que consignar los canales de contacto. De ésta manera no existirá ningún empleado que enuncie la falta de conocimiento de la Unidad o de sus actividades.

El texto de los mensajes/invitaciones/convocatorias deberá ser elaborado por personal especializado en el tema y visado por la Coordinadora de la Unidad. Posteriormente desde el sector de diseño del Área de Comunicación Institucional del IOMA se deberá procesar el material documental y diseñar el mismo en forma acorde a lo establecido por la imagen institucional de la Obra Social.

### **Utilizar espacios comunes para la difusión de actividades**

Los espacios comunes como el ingreso a la Obra Social, el ascensor, las escaleras, cocinas y baños, son espacios de uso diario de los empleados de IOMA, por tal motivo se justifica su utilización para la difusión de actividades.

Toda información que se publique en espacios comunes (como por ejemplo un afiche) deberá consignar a la Unidad como generadora de la actividad/invitación y tendrá que identificarse claramente los canales de contacto con la misma.

El texto de las actividades/invitaciones deberá ser elaborado por personal especializado en el tema y visado por la Coordinadora de la Unidad.

Posteriormente desde el sector de diseño del Área de Comunicación Institucional del IOMA se deberá procesar el material documental y diseñar el mismo en forma acorde a lo establecido por la imagen institucional de la Obra Social.



## PRIORIDAD DE LAS ACCIONES A REALIZAR

Según la urgencia que requiere la ejecución de cada actividad, esquemizamos cada acción según su grado de prioridad.

Acciones/Prioridad	Baja	Media	Alta
Taller de Misión Visión y Valores			
Espacio de Reflexión			
Carpeta Institucional			
Boletín Informativo (díptico)			
Creación de canal de consultas/sugerencias			
Envío de mensajes saludables			

### Prioridad Alta:

Son acciones impostergables para el fortalecimiento interno de la UNIDAD DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD. La ejecución deberá ser de inmediato y a corto plazo, ya que servirá para el fortalecimiento del discurso identitario y del vínculo con el resto de la Institución.

El **Taller de Misión, Visión y Valores**, y el **espacio de reflexión**, merecerán prioridad, ya que es crítico que la Unidad no cuente con un discurso identitario actualizado, conocido y compartido por todos los actores que la conforman para guiar al área en sus actividades, procesos y gestiones.

Por otra parte, un **espacio de reflexión** favorecerá el clima de trabajo y aumentará el sentido de pertenencia a un proyecto común.

### Prioridad Media:

Son acciones que reforzarán el proceso iniciado por las anteriores. No por ello las consideramos prescindibles. Su gestión será clave para dar sostén, estabilidad y fortalecer la estructura interna de la UPPS.

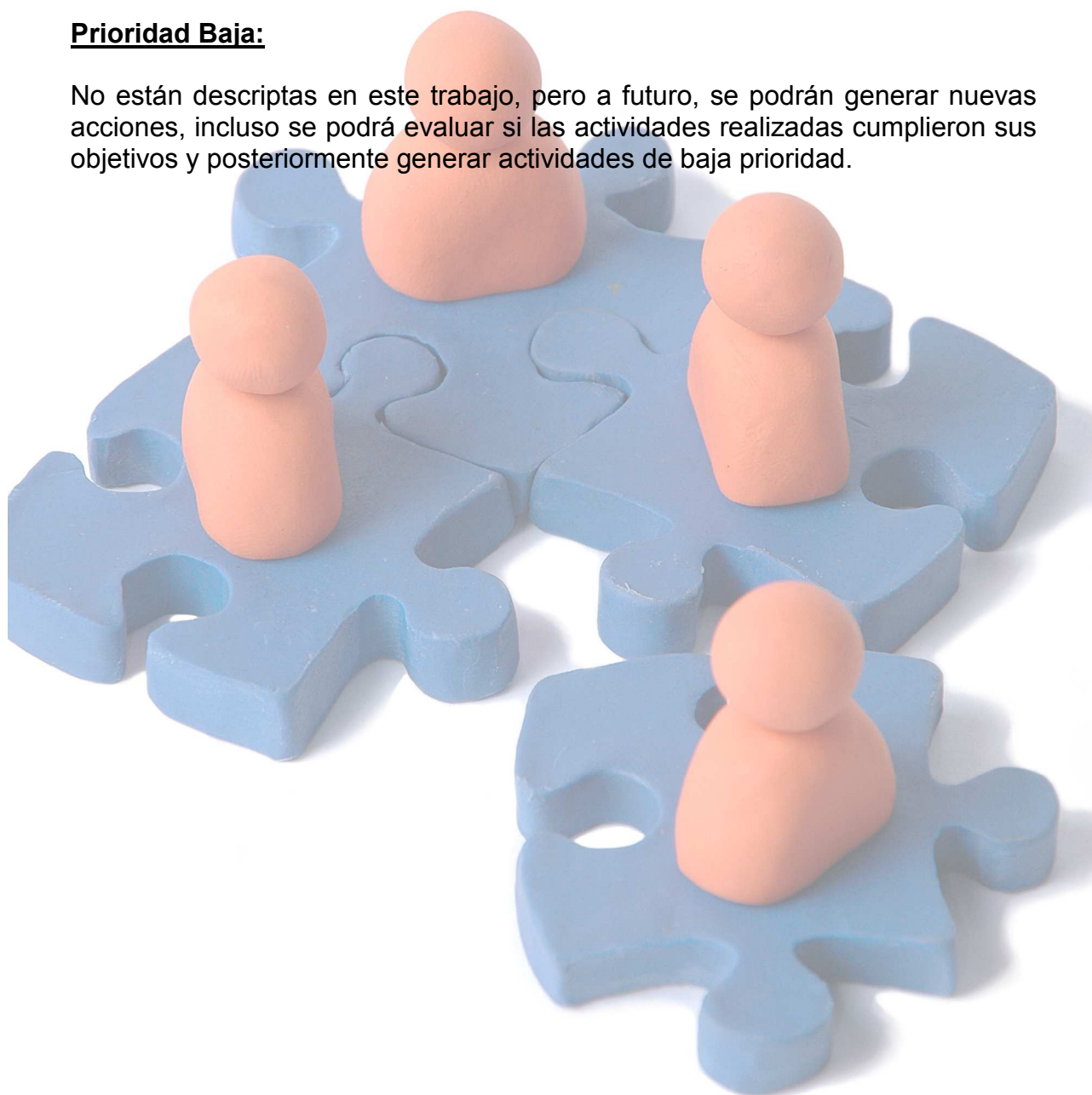
La **carpeta institucional** es fundamental para completar y potenciar la identidad de la Unidad, generará claridad en momentos de confusión y aportará al fortalecimiento de un horizonte común.

Los **mensajes saludables** vía intranet son una propuesta que generará el interés de los empleados creando un contacto diario con el resto del IOMA y de ésta manera se da respuesta a lo reclamado en las encuestas de los agentes sobre el deseo de recibir información desde el Área.

Los **canales de consultas/sugerencias** facilitarán la información e integración con el resto del IOMA.

**Prioridad Baja:**

No están descritas en este trabajo, pero a futuro, se podrán generar nuevas acciones, incluso se podrá evaluar si las actividades realizadas cumplieron sus objetivos y posteriormente generar actividades de baja prioridad.



## CALENDARIZACIÓN

CALENDARIZACIÓN - UPPS IOMA		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
ACCIONES	TAREAS						
<b>Taller de Misión, Visión y Valores</b>	Producción de material						
	Invitación a miembros de la UPPS						
	Realización del Taller						
<b>Espacio de Reflexión</b>	Sistematización de datos del Taller de MVV						
	Producción de la exposición						
	Invitación a miembros de la UPPS						
	Realización del Espacio de Reflexión						
<b>Carpeta Institucional</b>	Realización del material y confección						
	Presentación a la coordinación de la UPSS						
	Impresión						
	Entrega a la UPPS						
<b>Díptico Informativo</b>	Realización del material y confección						
	Impresión						
	Entrega al Departamento de Sueldos						
<b>Canal de Consultas</b>	Reunión con Departamento de Sistemas						
	Capacitación a miembros de la UPPS						
	Puesta en funcionamiento						
<b>Mensajes Saludables por Intranet</b>	Producción de los mensajes						
	Reunión con Departamento de Sistemas						
	Puesta en funcionamiento						





**Universidad Nacional de La Plata  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

**Agosto, 2012**

**Goretta José María  
García Fiorato Carolina**

